



Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Economia

Daniel de Sousa Costa

**Desafios Econômicos para a Sustentabilidade do Turismo:
o caso de Pirenópolis (GO)**

Brasília - DF

2015



Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Economia

Daniel de Sousa Costa

**Desafios Econômicos para a Sustentabilidade do Turismo:
o caso de Pirenópolis (GO)**

Monografia apresentada ao Departamento de Economia
da Universidade de Brasília (UnB) como requisito parcial
à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas

Orientador: Prof. Dr. Jorge Madeira Nogueira

Fevereiro de 2015

Universidade de Brasília - UnB
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Economia

Monografia apresentada ao Departamento de Economia da Universidade de Brasília (UnB)
como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas

**Desafios Econômicos para a Sustentabilidade do Turismo:
o caso de Pirenópolis (GO)**

Daniel de Sousa Costa

Aprovado por:

Professor orientador: Prof. Dr. Jorge Madeira Nogueira

Professor examinador: Prof. Dr. Pedro Henrique Zuchi da Conceição

Brasília (DF), 10 de fevereiro de 2015.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é verificar o papel econômico do turismo para o crescimento e desenvolvimento de regiões, principalmente quando se trata de regiões situadas em países em desenvolvimento. Analisando os determinantes da demanda e oferta turística, o mercado turístico e suas falhas de mercado busca-se verificar se a promoção dessa atividade, realizados principalmente através de políticas públicas, retorna para a sociedade satisfatoriamente com melhoria nos indicadores socioeconômicos, nas infraestruturas. Verifica-se que a preservação do meio ambiente e a questão cultural são primordiais para o sucesso do desenvolvimento turístico. De uma análise global e nacional, chega-se à investigação do turismo de Pirenópolis (GO), um polo turístico regional.

Palavras-chaves: Economia do Turismo; Desenvolvimento econômico; Turismo Sustentável; Meio Ambiente.

Sumário

Introdução	6
1 A Economia do Turismo	10
1.1 A Demanda Turística	10
1.1.1 Condicionantes do Turismo Internacional	11
1.1.2 Turismo Doméstico	13
1.2 Oferta do Turismo	15
1.3 O Mercado do Turismo	20
1.4 Sustentabilidade do Turismo.....	29
2 Caracterização Empírica do Turismo	31
3 O Turismo em Pirenópolis/GO	39
3.1 Caracterização de Pirenópolis.....	39
3.2 Demanda Turística.....	42
3.3 Oferta Turística	44
3.4 Desenvolvimento Local a Partir do Turismo	45
4 Conclusão	51
5 Referências Bibliográficas.....	53

Introdução

O turismo, atividade geralmente associada ao lazer, originou-se de uma sociedade com características urbana e industrial que emergiu significativamente no período após a segunda guerra mundial. Uma das características mais enaltecidas em estudos acadêmicos e pelos políticos interessados em seu desenvolvimento diz respeito à sua capacidade de gerar diversos efeitos econômicos, sejam estes diretos ou indiretos. Por esse motivo, na literatura econômica estão cada vez mais frequentes análises desses efeitos nas variáveis econômicas, principalmente àquelas tipicamente associadas ao bem estar da sociedade, tais como: renda, emprego, crescimento econômico, etc.

Turismo, segundo a OMT, é o conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares distintos de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo e inferior a um ano, com fins de ócio, negócios ou outros. O fenômeno turístico pode ser estudado sob diferentes óticas ou abordagens, como por exemplo: institucional, produto, histórica, gerencial, econômica, sociológica, geográfica, interdisciplinar e sistêmica (Ignarra, 2003).

A esse significado pode-se ainda incorporar os impactos oriundos desse conjunto de atividades, o que conduz a uma compreensão mais abrangente do turismo. Barbosa (1998) argumenta que, do ponto de vista econômico, a atividade turística se torna importante não pelo fato da “viagem a trabalho ou lazer”, mas, sim, pelas consequências não intencionadas deste ato. Daí observa-se que o turismo dinamiza a economia ao incentivar a produção de bens, serviços e o comércio em geral, promovendo principalmente a criação de novos postos de trabalho.

O turismo vem se consolidando como estratégico na geração de renda, de emprego, do crescimento do setor privado e do desenvolvimento de infraestrutura para muitos países. A relevância do setor turismo na composição do PIB vem crescendo em diversos países, sendo que as taxas de crescimento desse setor nos países desenvolvidos têm se mostrado notadamente superior quando confrontado ao grupo dos demais países.

Já para os países em desenvolvimento ou até mesmo para aqueles

subdesenvolvidos um crescimento na atividade do turismo pode representar uma alternativa interessante tanto para o crescimento econômico como para o desenvolvimento nacional.

Contudo, para bem avaliar o desenvolvimento econômico que a atividade turística propicia, é necessário analisar rigorosamente as implicações sociais e ambientais associadas à existência do turismo. Pressupõe-se dessa forma que, fundamentalmente, seja realizada uma análise crítica dos custos e benefícios desse fenômeno, enfatizando todos os impactos causados pela exploração turística.

A literatura econômica existente é basicamente voltada a questões relativas à demanda, onde se destacam análises acerca da origem dos consumidores, da destinação de seus gastos. Há também uma menor parcela de estudos voltados à análise da oferta e seus determinantes, sobre a questão dos empregos gerados direta ou indiretamente pelo fomento do turismo, e outros tipo de abordagens.

Entretanto, os estudos sobre as alterações provocadas no meio ambiente e no contexto social associadas ao turismo não têm destaque quando comparados aos de enfoque na demanda e na oferta do turismo. Estudos mais abrangentes e aprofundados sobre o turismo e as variáveis econômicas a ele associadas devem ser buscados com o propósito de melhor compreender esse fenômeno e então determinar se o desenvolvimento do turismo conduz necessariamente ao crescimento e desenvolvimento econômico de regiões.

Além disso, outros campos do conhecimento podem contribuir para uma se aprimorar as percepções e conclusões acerca do turismo, como por exemplo: a psicologia, através da análise das condicionantes psicológicas aos quais os turistas estão sujeitos e que influenciam suas preferências e decisões de consumo do turismo; as ciências aplicadas, que contribuem na análise dos impactos ambientais que advém do turismo; as ciências sociais que analisam os impactos sociais da exploração do turismo, assim como diversas outras.

Esta monografia de conclusão do curso de graduação de Ciências Econômicas tem como objetivo verificar o papel econômico do turismo para o

crescimento e desenvolvimento de regiões, principalmente quando trata-se de regiões situadas em países em desenvolvimento. Busca-se avaliar se os investimentos para promover essa atividade, realizados principalmente através de políticas públicas, retorna para a sociedade com melhoria das infra-estruturas locais, nacionais e em relação a renda e empregos gerados. Os efeitos positivos e os negativos gerados por essa atividade turística tentarão ser apurados utilizando-se argumentos presentes tanto na microeconomia como na macroeconomia. Será também discutido como as questões de sustentabilidade podem ser incorporadas no desenvolvimento do turismo e consequentemente em várias atividades e setores a ele ligadas.

Através de argumentos baseados em dados socioeconômicos, tentar-se-á mostrar que a atividade turística, com suas várias ramificações na economia, pode ser uma estratégia viável para promover o crescimento econômico e também se esse suposto crescimento advindo do turismo implica necessariamente numa melhora do desenvolvimento em nível nacional e mais especificamente para a realidade do município de Pirenópolis (GO).

O capítulo inicial é introdutório. Já no capítulo 2 é promovida uma revisão bibliográfica conceitual acerca da economia do turismo, sendo dividido em quatro duas seções. Na primeira sobre da atividade turística onde são introduzidas questões referentes aos determinantes da demanda turística internacional, e da demanda interna brasileira. Através da análise de demanda procura-se identificar fatores que influenciam as decisões de viagem dos turistas, o que pode orientar fundamentalmente às políticas públicas que visam o desenvolvimento da atividade turística.

Na segunda seção são apresentadas algumas características da oferta turística. Esta se apresenta constituída por diversas outras atividades econômicas, e, portanto, identificar quais são essas atividades e de que forma elas organizam a fim de cumprirem a função essencial do produto turístico, que é atender efetivamente os diferentes anseios da demanda turística.

Na terceira seção é dado prosseguimento à análise do turismo, mas agora com ênfase à junção da demanda com a oferta que conduzem a uma análise

da economia do turismo e a seus efeitos sobre a economia e o meio ambiente. Primeiramente, é apresentado o conceito de multiplicar econômico e também da complexidade da obtenção de dados relativos à produção que sejam capazes de produzir um indicador tão útil à formulação de políticas econômicas, já que mostra a capacidade do turismo de gerar efeitos sobre a economia local partindo dos gastos com o turismo. Em seguida os assuntos abordados são as falhas de mercado associadas à economia do turismo e a consequente necessidade de intervenção estatal nos mercados num propósito de diminuir as perdas de bem-estar social.

Na quarta seção, buscam-se conceitos e argumentos teóricos, para além dos tipicamente econômicos, para demonstrar que o desenvolvimento a ser alcançado com a promoção da atividade turística seja um desenvolvimento sustentável. Tenta-se mostrar que um turismo sustentável é a política capaz de manter os benefícios advindos do turismo no longo prazo. Também lança luz sobre a necessidade das políticas públicas regulamentarem diversas atividades concernetes ao turismo para que esse objetivo seja alcançado.

Já no capítulo 3, são analisados dados referentes ao turismo internacional e verificado o posicionamento do Brasil dentro de um contexto global. Há também a caracterização baseada em dados acerca do turismo praticado dentro do território. Traça-se, portanto, um panorama geral da exploração turística através da análise de dados empíricos.

No capítulo 4 e último, estuda-se o caso do turismo em Pirenópolis (GO), seus efeitos econômicos e considerações sobre a economia turística local, baseando-se as inferências sempre quando possíveis, em dados confiáveis disponíveis sobre a região e economia local. São utilizados conceitos e análises dos capítulos anteriores para auxiliar na determinação das tendências do setor turismo para a economia local e também para a sustentabilidade da exploração turística em Pirenópolis.

1 A Economia do Turismo

O turismo pode ser definido, do ponto de vista econômico, como o conjunto das relações e fenômenos – econômicos sociais e culturais, ou seja, é toda atividade que causa deslocamento que *implica gasto de renda*, cujo objetivo principal é promover a satisfação do turista por meio da oferta de serviços. O ofertante geralmente se estrutura mediante um investimento prévio e cujo objetivo final é obter rentabilidade. (Montejano, 2001) É a partir, portanto, do encontro da demanda turística com uma oferta de bens e serviços turísticos que surge a economia do turismo.

1.1 A Demanda Turística

Para uma mensuração da importância da atividade turística para a economia, seja a nível mundial, nacional, regional ou local, faz-se necessário a identificação das variáveis que influenciam os turistas nas escolhas de seus destinos. Tais fatores orientam o consumidor do turismo na decisão por um destino turístico em detrimento de outros. Em vista disso, conhecer o comportamento dos consumidores do turismo é fundamental para orientação tanto das políticas públicas quanto das ações privadas interessadas no desenvolvimento do turismo em um polo receptor.

Vários são os fatores econômicos que influenciam as decisões de viagem dos turistas no mundo. E essas variantes determinam também se um país se posicionará como um relevante país emissor ou um relevante país receptor de turista. Os condicionantes têm natureza tanto microeconômica, quanto macroeconômicas.

Com base em um dos princípios da economia, que postula que as pessoas racionais pensam na margem, isto é, que o agente econômico toma suas decisões baseadas nos custos e benefícios marginais. Isto significando que a decisão do agente econômico é racional e lastreada pela verificação de o benefício auferido pelo consumo de uma unidade de bem qualquer compensa o custo dessa unidade adicional.

E nas tomadas de decisões dos turistas quanto ao destino de suas viagens a existência desse princípio parece clara. Como há uma tendência à padronização e uma elevada taxa de substituição entre os destinos, na avaliação dos destinos possíveis, o escolhido será aquele que oferecer melhores condições, tanto em qualidade quanto em preço (custo-benefício) para os turistas. Assim aquele destino que oferecer um diferencial positivo adicional (benefício marginal) por um custo diferencial menor (custo marginal) terá preferência, supondo outros fatores constantes.

1.1.1 Condicionantes do Turismo Internacional

O fato de um país fazer parte das maiores economias do mundo, os “mundo desenvolvido” é condição para que se postule um lugar entre os primeiros emissores de turistas no mercado internacional (Bezerra, 2006). Ao mesmo tempo, estar contido no conjunto de países desenvolvidos parece ser um motivo para um país ser um grande receptor de turistas. Para que um país seja considerado desenvolvido é necessário que ele possua um elevado Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Essa variável inclusive é utilizada em diversos estudos sobre o turismo, uma vez que está diretamente relacionada à demanda turística.

Ainda em referência aos principais determinantes do turismo internacional, Cruz, Rolim e Homsy (2006) apontam para o fato de a renda ser um determinante fundamental para explicar a emissão de turistas. A renda de um país emissor pode ser mais bem analisada quando em relação à população de referência. Por conta disso o PIB per capita de um país usualmente é utilizado como uma variável *proxy* do poder de compra médio dos turistas originários desse mesmo país.

Ao considerar os fatores de emissão e de atração, esses autores observaram que há uma forte tendência ao fortalecimento da atividade turística em regiões com elevado grau de desenvolvimento econômico. Contudo, as variáveis utilizadas nessa análise, seja como fator de emissão ou de atração do turista, demonstram possibilidades de mudanças no decorrer do tempo, principalmente no longo prazo. Portanto, variações na renda per capita, na estrutura etária, nos preços

relativos, no desenvolvimento e na segurança de um país podem, no longo prazo, alterar significativamente a concentração do fluxo turístico internacional.

Uma variável que parece exercer um papel preponderante na decisão de viagem de turistas estrangeiros é o fator segurança do destino turístico. Uma vez que decidam ultrapassar as fronteiras de seus países de origem, é razoável supor que exista um nível mínimo de segurança exigido por eles para decidirem se deslocar para outro país, permanecerem em segurança enquanto fazem turismo e que assim retornem para o país de origem.

Há, além dessas, outras variáveis explicativas que são comumente utilizadas por diversos autores na literatura econômica como determinante da demanda turística, por exemplo: os preços relativos de destinos turísticos concorrentes (González e Moral, 1995); a faixa etária dos viajantes, entre outros.

Os estudos de Lima e Andrade (2006) apontam alguns fatores escolhidos como explicadores do fluxo de turistas para o Brasil, como: (i) os PIB's per capita dos países de origem dos turistas; (ii) a sua taxa de câmbio real entre a moeda dos países e a (iii) distância destes países até a cidade do Rio de Janeiro, o mais marcante portão de entrada do país. Ainda de acordo com esses autores, a explicação para a utilização daquelas variáveis como determinantes dos fluxos de turistas que deixam os seus respectivos países em direção ao Brasil parece clara.

“No que diz respeito ao PIB per capita, esta variável vem sendo sistematicamente usada como *proxy* para o poder médio de compra da população, representando o rendimento médio do habitante daquele país. A ideia é a de que, quanto maior este rendimento, maior a capacidade financeira daquele habitante em efetivar o seu desejo de se deslocar para outros países, entre eles o Brasil, e visitar seus pontos turísticos. A taxa de câmbio real, o valor real da sua moeda relativamente à moeda do Brasil, é importante fator que pode deprimir ou ampliar o poder de compra daquele habitante: Um turista usa a sua moeda, a moeda do seu país, para efetivar os gastos decorrentes da sua viagem. Na medida em que a sua moeda se desvalorizar (aumento da relação moeda do país/ moeda do Brasil), estes gastos com a sua moeda ficarão maiores, dificultando ou mesmo impedindo na margem que alguns turistas venham ao Brasil. Assim, movimentos de desvalorização ou de valorização real da moeda do país de origem em relação à moeda do Brasil afetam negativamente ou positivamente o fluxo de turistas para o Brasil, para um dado nível de PIB per capita. Quanto à variável distância, tradicionalmente utilizada pelos economistas regionais para representar a fricção do espaço, procura representar, em primeiro lugar, o custo financeiro do deslocamento, supondo uma relação positiva entre a distância a ser percorrida na viagem e o custo do transporte, ou seja, a tarifa a ser paga ao meio de transporte utilizado para a viagem.

Outra possibilidade para a interpretação a ser dada a esta variável distância tem a ver com o custo ou desconforto representado pela quantidade de horas a ser gasta na viagem. O suposto é que este tipo de custo é algo que o consumidor deseja minimizar quando possível, pois afetaria negativamente o seu bem estar. Portanto, se esperaria que, tudo o mais constante, países de origem mais próximos do Brasil teriam melhores condições de mostrar uma maior quantidade de turistas no Brasil". (Idem: p. 1)

1.1.2 Turismo Doméstico

Com relação ao turismo doméstico ou turismo interno no Brasil, não há estatísticas disponíveis com níveis aceitáveis de confiabilidade, visto que não existem controles precisos dos deslocamentos de pessoas que não ultrapassam as fronteiras internacionais (Embratur, 1998). Diante disso, o comportamento dos fluxos turísticos internos é frequentemente analisado utilizando como parâmetro as estatísticas de embarque e desembarque de passageiros de voos nacionais nos aeroportos do Brasil, como uma variável *proxy*.

Porém mensurar a demanda por turismo doméstico no Brasil com base somente nos transportes aéreos de passageiro torna impreciso os estudos sobre o turismo nacional. Estudos que utilizam tal abordagem, ao tratarem da demanda interna dão ênfase basicamente às cidades que estão nas rotas de voos domésticos, isto é, às capitais dos estados e às outras grandes cidades brasileiras. Além disso, esses dados são superestimados uma vez que uma parcela significativa de passageiros está viajando a trabalho, e que em alguns casos retornam às suas cidades de origem antes mesmo das 24 horas exigidas pela definição de viagem turística. Assim como esses estudos deixam de tomar conhecimentos dos impactos do turismo realizados por outras vias, principalmente as terrestres, responsável por grande parte das movimentações de turistas dentro do território nacional.

A análise da demanda interna de turismo para destinos que não dispõem de infraestrutura aeroportuária (cidades históricas, turismo rural, de aventura, ecoturismo e etc.) torna-se fragilizada, no sentido de não poderem ser apurados com precisão os efeitos de medidas de políticas na demanda por turismo. Diante desse cenário, torna-se necessário que as autoridades responsáveis pelo desenvolvimento turístico do país, regiões ou mesmo municípios, procurem conhecer as reais tendências da exploração turística, a fim de que seja possível fazer um planejamento

prévio que realmente leve ao desenvolvimento do turismo e consequentemente destes locais (OMT, 2003).

Ao estimar modelos econométricos para investigação dos determinantes da escolha por tipo de viagem e por destinos de viagens turísticas no Brasil, Oliveira e Vassalo (2006) contribuíram significativamente para a compreensão do perfil do turista brasileiro. Dividiram os resultados de seus estudos nos seguintes blocos: (i) quanto à faixa etária do turista; (ii) quanto à renda do turista; quanto às experiências com outras viagens do turista; (iii) quanto ao estilo de vida do turista e; (iv) quanto aos atributos das localidades.

Relativamente à questão de faixa etária dos turistas, esses autores concluíram que quanto maior a idade, menor é propensão a realizar viagens domésticas. Estes dados apontam que os jovens brasileiros realizam viagens domésticas mais intensamente, independentemente das outras variáveis relevantes analisadas. Exceções a esse fenômeno são as viagens internacionais, nas quais os turistas classificados nas faixas etárias superiores têm maior propensão a realizá-las.

Já em relação ao fator renda do turista brasileiro, verificaram a existência de uma forte correlação positiva entre a propensão de viajar e a variável renda, sendo que a viagem internacional é ainda mais fortemente correlacionada a essa última variável. Diante disso, podemos afirmar que ambos os tipos de viagens, nacionais ou internacionais, são classificados como bens normais.

Tendo ainda como referência o estudo de Oliveira e Vassalo (2006) os resultados relativos às experiências com outros tipos de viagens, inclusive internacionais, mostram que há uma indução considerável entre experiências anteriores de viagens e as viagens domésticas. Esse estudo utilizou-se de vários tipos de viagens para melhorar a compreensão sobre o turista brasileiro, entre eles a viagem sem pernoite. Este tipo de viagem apesar de não ser considerada turística pela OMT foi utilizado no estudo porque, segundo os autores, ela auxilia o turista doméstico como fonte de informação para a sua tomada de decisão de turismo, transformando a experiência pessoal anterior de viagem num parâmetro confiável para a tomada de decisão de viagem dentro do território brasileiro. Em suas próprias

palavras, esse resultado é “indicativo de um processo de aprendizado do viajante, que vai aumentando sua propensão ao consumo do bem turístico na medida em que exerce o consumo de outros tipos de viagens” (Idem, Pág. 4).

Analisando-se a questão da infraestrutura e das atrações do destino turístico, esses autores constatarem que, incrementos de qualquer uma delas em determinada localidade turística, são capazes de gerar aumentos significativos na quantidade de turistas brasileiros recebidos, sendo que o efeito de uma melhoria na infraestrutura (medido por hotel adicional) é 15% superior ao efeito de uma atração adicional em uma dada localidade, independente da região brasileira. Ainda segundo esses autores, para municípios da região Sudeste, os dados levantados mostram que o que importa na atração de turistas, é o número de atrações locais; por outro lado, para municípios da região Nordeste, a variável fundamental em termos de atratividade é relativa aos hotéis, importando principalmente a comodidade da hospedagem.

Assim, buscar os fatores determinantes para a demanda turística, seja ela doméstica ou internacional, é fundamental para que o turismo possa se desenvolver e a então, poderem ser obtidos melhores efeitos dessa atividade sobre a economia do local receptor do turismo.

1.2 Oferta do Turismo

Sob a ótica da oferta, analisar o setor turístico é um exercício bastante complexo devido às características do bem a ser ofertado. O bem “turismo” não pode ser identificado e analisado como um produto advindo somente de uma determinada indústria, tal como a indústria metalúrgica e a alimentícia por exemplo. Ele é, antes de qualquer outra característica, um bem multidimensional. Isto significa que para um turista consumir esse tipo de bem deve necessariamente consumir uma diversidade de bens que se complementam no consumo.

Para um adequado tratamento econômico do turismo é necessário, portanto, conhecer detalhadamente os impactos econômicos derivados desta

atividade, considerando que os turistas gastam o seu dinheiro numa ampla variedade de mercadorias e serviços. Através da identificação de quais são essas mercadorias e serviços transacionados e da devida contabilização desses, torna-se possível analisar a oferta turística. Assim pode-se observar como ela se organiza a fim de atender os diferentes anseios da demanda turística.

A diversidade de perfis e motivações dos visitantes para as suas viagens, das condições natural e econômica do local visitado, dentre outras condicionantes da demanda turística, implicam em um conjunto significativamente heterogêneo de produtos consumidos. Daí o turismo representar um conjunto de atividades produtivas que interessam a todos os setores econômicos de um país ou uma região.

Segundo Sessa (1983) essas atividades do turismo se caracterizam por apresentar uma interdependência estrutural com as demais atividades da economia, em maior grau e intensidade que qualquer outra atividade produtiva. E dessas conexões entre as atividades econômicas é que se origina grande parte de todo potencial do turismo de alavancar o desenvolvimento regional.

A oferta turística de uma localidade é constituída da soma de todos os produtos e serviços adquiridos ou consumidos pelo turista durante a sua estada em uma destinação (RUSCHMANN, 1997:138) integrando a experiência de viagem do turista. Diante disso, o planejamento da oferta turística na localidade receptora de turismo, ou mesmo em outras onde se deseja desenvolver essa potencialidade, deve considerar que o sucesso da atividade turística dependerá da capacidade de integração e coordenação das diversas atividades que suprem o turista de produtos e serviços, objetivando oferecer ao visitante a melhor experiência possível em termos de qualidade.

Um turismo de qualidade está diretamente associado a um desenvolvimento na organização da oferta turística em uma localidade. Um exemplo disso é a associação interna de empresas de transporte (aéreas, terrestres e marítimas) e destas com serviços de hospedagens, de alimentação além de outros, que geram aumento nos ganhos financeiros aos ofertantes e também auferem ganhos de qualidade aos consumidores dos bens turísticos.

Para que seja desenvolvido um turismo de qualidade é necessário aos promotores do turismo entendam e compreendam as relações existentes entre as diversas indústrias integrantes desse processo. Para promover o desenvolvimento de estudos mais aprofundados e contínuos sobre o tema e identificar mais precisamente a contribuição do turismo para a economia nacional.

A atividade turística pode ser mensurada através da produção das atividades características do turismo. A OMT desenvolveu a Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas (2001, p.149) para tornar possível o agrupamento e análise das atividades turísticas, em sua produção principal, de produtos classificados como característicos do turismo, isto é, produtos que são potencialmente de consumo dos visitantes. Para o OMT as atividades características do turismo são:

- transporte de passageiros (rodoviário, aéreo, marítimo, táxi);
- hospedagem (hotéis, pousadas, albergues);
- organizadores e agências de viagens;
- alimentação (restaurantes, bares, lanchonetes),
- serviços culturais e de recreação (teatros, casas de espetáculos etc.).

Em outros estudos sobre o turismo são realizadas algumas modificações nas atividades do turismo a fim de se estudar a especificidade turística local. Entretanto elas transitam sempre em torno dessas.

O turismo é uma atividade composta por segmentações de mercado com o propósito de atender à diversidade de perfis dos turistas e também à diversidade de vocações turísticas das localidades visitadas. Entre os mais diversos tipos de turismo se destacam:

- Turismo de Lazer
- Turismo de Eventos
- Turismo Religioso

- Turismo Ecológico
- Turismo de Aventura
- Turismo Gastronômico

Diante da existência de uma diversidade de destinos turísticos, cada polo receptor do turismo tende a se especializar em um ou mais tipos de turismo, num propósito de ser ofertado um produto com maior qualidade e maior valor agregado. Assim, as particularidades de cada localidade receptora do turismo são fundamentais para orientar as políticas públicas que visem promover a exploração do turismo.

Um desenvolvimento que reflita em aumento constante no grau de complementaridade dos produtos ofertados deve ser buscado que desejam que o turismo desempenhe um papel importante para o desenvolvimento regional.

Assumindo que o consumidor desse tipo de bem está disposto a pagar para obter um bem mais próximo possível de suas preferências individuais, essa segmentação do turismo implica na diferenciação do produto ofertado. Corroborando essa ideia, Pereira e Marçal (2006) identificam a “indústria” do turismo como um oligopólio diferenciado, pois existe uma possibilidade de diferenciação entre os produtos ofertados, que conduz a um elevado grau de substituição entre eles. Essa diferenciação do produto, seja por questões de qualidade ou por outras fontes de diferenciação, permite aos ofertantes obter uma fonte adicional de receita junto aos consumidores. O termo oligopólio, por sua vez, designa a existência de barreiras à entrada no setor. E estas têm origem na grande quantidade de capital exigido para a manutenção e operação do turismo em larga escala.

Na oferta turística as agências de Turismo desempenham um papel importante. Elas atuam como facilitadoras do turismo ao ser responsável por interligar diversos setores da economia, viabilizando desde a venda de passagens, passando por reserva de hospedagem, chegando a oferecer roteiros completos de viagem, os chamados pacotes turísticos. Através desse tipo de produto essas empresas conseguem operar o turismo em larga escala.

Apesar de algumas referências se referirem a “indústria” do turismo, o turismo não é indústria porque esta é um conjunto de operações necessárias para a transformação de matérias-primas. E no turismo, o que ocorre, na realidade, é uma agregação de valores aos diferenciais turísticos naturais e culturais, e não a transformação tangível e concreta na matéria-prima original. De acordo com a OMT (2008) indústrias turísticas ou atividades turísticas são atividades que produzem bens característicos do turismo. Para um produto ser designado característico do turismo ele deve satisfazer pelo menos um dos seguintes critérios: (i) O gasto turístico com o produto (bem ou serviço) deve representar uma parcela significativa do total dos gastos turísticos e/ou (ii) o gasto turístico com o produto deve representar uma parcela significativa da oferta do produto na economia.

Em estudo recente do IBGE (2009) os produtos turísticos foram distribuídos em categorias que refletem a importância do consumo turístico no seu consumo total. As categorias de produtos turísticos foram diferenciadas em produtos característicos do turismo; produtos conexos ao turismo; e produtos específicos do turismo. Sendo produtos característicos aqueles, em que há consenso mundial, para os quais o nível de consumo estaria sensivelmente diminuído em caso de ausência de visitantes. Os produtos conexos aqueles para os quais não haja consenso, porém são tratados como característicos do turismo para casos particulares. E os produtos específicos sendo a soma dos dois anteriores.

Porém as oportunidades criadas pelo turismo não se restringem à magnitude da produção do setor. Verifica-se que a raiz do fenômeno turístico se encontra na inserção de bens naturais e culturais na circulação econômica de mercadorias, bens estes que permaneceram, historicamente, à margem do processo econômico.

1.3 O Mercado do Turismo

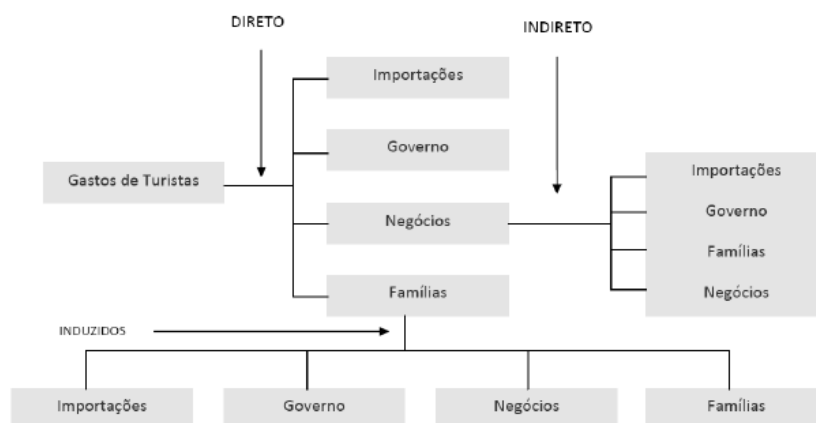
Conforme a definição de Barbosa (1998)¹ a importância da atividade turística para a economia advém principalmente dos efeitos gerados por ela, isto é, dos efeitos diretos, indiretos e induzidos associados a essa atividade. Ao criar um fluxo de moeda estrangeira ou de outra região para a economia local, os gastos dos turistas têm a capacidade de promover dinamismo à atividade econômica local. Configurando-se, portanto, como um processo de importação de consumidores externos, o turismo possibilita a comercialização de diversos tipos de bens, inclusive de serviços não comercializáveis, como o folclore e a cultura. (FERNANDES e COELHO, 2002).

Os gastos realizados pelos turistas incorrem em injeção de moeda na localidade receptora do turismo. Essa moeda nova adentra a economia local gerando primeiramente efeitos diretos, isto é, impactos associados diretamente aos gastos dos turistas no destino turístico ou investimentos nas atividades turísticas. Já os efeitos indiretos se designam aqueles originários das indústrias direta ou indiretamente ligadas à atividade turística que direcionam bens e serviços como insumos necessários à produção dos bens turísticos. E esses efeitos indiretos ainda se esparramam por mais indústrias à medida que os insumos de uma indústria são oriundos de outra indústria, e a desta de outra e assim por diante. E ainda há os efeitos induzidos, que se devem à circulação dos gastos dos turistas pela economia, através das receitas geradas que adicionam direta ou indiretamente o nível de renda pelo uso dos fatores de produção. Esses efeitos induzidos, por conseguinte, são devidos às despesas das famílias, que receberam remuneração advinda do turismo, com bens e serviços produzidos por todos os setores. O quadro abaixo mostra de maneira didática a relação desses efeitos associados às atividades turísticas.

1

Relembrando: “a atividade turística se torna importante não pelo fato da “viagem a trabalho ou lazer”, mas, sim, pelas consequências não-intencionadas deste ato. Daí observamos que o turismo dinamiza a economia ao incentivar a produção de bens, serviços e o comércio em geral, promovendo principalmente a criação de novos postos de trabalho” (idem, P. 2).

Quadro 1 – Efeitos dos gastos de turistas sobre a economia



Fonte: Nogueira (2011)

Todos os efeitos gerados pelo turismo estão relacionados aos gastos dos turistas. A partir do conhecimento desse fator comum às contribuições do turismo para a economia, torna-se possível utilização de indicadores de meçam o grau de importância para a economia. Na análise desses impactos originados de elementos exógenos sobre a economia, utiliza-se na literatura econômica o termo multiplicador.

Lage e Milone (2001, p.125) definem o multiplicador “como um coeficiente numérico que quantifica a modificação induzida, via variação dos níveis dos investimentos, no nível de equilíbrio da renda nacional, devido a uma alteração inicial do nível dos gastos totais da economia.” e ainda acrescentam “o efeito multiplicador representa o fenômeno pelo qual algum acréscimo ou decréscimo inicial dos gastos totais irá ocasionar uma elevação ou uma diminuição mais do que proporcional do nível de equilíbrio da renda ou produto nacional”.

De acordo com Fletcher (1991) o conceito de multiplicador baseia-se na interdependência dos setores econômicos. Dessa forma uma mudança na demanda final de determinado setor afetará não somente o setor em questão, mas também os setores que fornecem insumos para ele e também para aqueles outros que utilizam

o produto desse setor como insumo. No caso do turismo, qualquer mudança nos gastos afetará o nível de produção da economia, a taxa de desemprego, a renda média familiar, a receita do governo e a balança comercial (este quando existir turismo internacional). Porém, a magnitude dos efeitos sobre os fornecedores dependerá do grau de interação entre os setores econômicos existentes.

Realizar a identificação numérica do multiplicador do turismo para uma local ou região específica contribui de sobremaneira para que políticas públicas que desenvolvam satisfatoriamente o turismo. Através das informações extraídas do multiplicador turístico para uma determinada localidade é possível verificar se o dinheiro gasto com produtos turísticos permanece na economia local se multiplicando, isto é, replicando seus efeitos a outras atividades econômicas.

É possível que esse efeito de replicação seja diminuído. Isso pode acontecer quando houver a não utilização de todo dinheiro advindo do consumo dos turistas, como nos seguintes casos: se o dinheiro recebido for poupado, não sendo gasto em consumo; ou se for pago em tributo e não ser devolvido à economia através de gastos pelo governo; ou ainda quando for gasto fora da economia através de importações. Se transformando em vazamentos, sendo efetivamente extraviado da economia local.

Quanto maior for valor numérico do multiplicador do turismo, mais a economia do turismo produzirá efeitos sobre os outros setores. Através dos gastos que um turista injeta na economia da região receptora do turismo, ocorre um efeito econômico que é, algumas vezes, a quantia gasta originalmente. A esse efeito dá-se o nome de **multiplicador da renda**. Gastos turísticos maiores precisam de mais empregos diretos ou indiretos, o que resulta em um **multiplicador de empregos**. Como o dinheiro muda de mãos várias vezes durante um ano, existe um multiplicador de transações. Diante do crescimento do volume de negócios em uma destinação turística, mais infraestruturas são construídas. Isso resulta em um **multiplicador de capital** (Goeldner, Ritchie e McIntosh, 2002).

Para a utilização de multiplicadores para o turismo é necessário suplantat obstáculos existentes na obtenção de dados sobre o turismo. Como já mencionado, os produtos e bens turísticos são ofertados por diversas indústrias. Para as firmas

que trabalham especificamente com produtos turísticos, como as operadoras de turismo, a totalidade de suas receitas pode ser tomada como receitas turísticas. Porém a produção de outros tipos de firmas, como as de transporte e de alimentação, por não ser direcionada exclusivamente para o consumo turístico, necessita ser decomposta de acordo com a destinação do consumo: turístico ou não turístico. Essa diferenciação entre a destinação é um dos principais entraves à utilização dessa abordagem de multiplicadores.

Os multiplicadores do turismo são úteis aos formuladores de políticas públicas como subsídios para avaliação de viabilidade de projetos de investimentos em turismo, porque possibilita verificar a importância dessa atividade para o desenvolvimento de regiões, assim como possibilita ter uma previsão de retorno sobre o investimento previsto na promoção do turismo.

Há limitações, entretanto, das análises realizadas através dos multiplicadores, sejam eles de renda, de produto ou de emprego. Diante das especificidades concernentes ao turismo, torna-se obrigatória a introdução de questões ambientais e sociais nas análises sobre o desenvolvimento do turismo e o desenvolvimento local.

No desenvolvimento local originado do turismo se destacam três elementos: a sociedade, o ambiente e a economia. A integração e a relação harmônica entre eles são fundamentais para se atingir um desenvolvimento que seja benéfico para a localidade receptora do turismo. Para que ele ocorra, a diversidade social e cultural, como também a diferenciação produtiva (incluindo aqui o tipo de turismo, a qualidade dos bens e serviços e os atrativos naturais) deve ser utilizada com a finalidade de potencializar o desenvolvimento não apenas econômico, como também o social, cultural e o ambiental.

Na análise dos efeitos do turismo, este estudo visa dar ênfase principalmente aos impactos locais, primeiramente por que é inviável a expansão da análise local para regional e nacional sem informações confiáveis, mas principalmente porque é sobre a localidade receptora que recai praticamente todos os impactos negativos advindos do crescimento da exploração do turismo. A equalização dos efeitos negativos e positivos num âmbito local deve ser buscada

numa tentativa de promover uma recompensa justa à sociedade receptora do turismo, pela degradação do meio ambiente e social associada à prática turística.

Existem instrumentos na ciência econômica capazes de mensurar e propor alternativas para a correção dos mercados que apresentam falhas econômicas. Estas dizem respeito à diferença entre um equilíbrio resultante de uma determinada configuração de mercado frente a um equilíbrio ideal no qual haveria possibilidade de melhora efetiva por conta de má alocação de recursos. Neste sentido a intervenção do governo num mercado pode ser explicada pela busca de um equilíbrio em que as perdas sejam mínimas.

Utilizando-se análise microeconômica, o setor público pode, e é uma das suas atribuições, intervir nos mercados e combater as distorções provocadas pela economia do turismo. Essas falhas de mercado atribuídas à atividade turística retiram eficiência da economia, implicando perdas em termos de bem estar à sociedade. Tanto consumidores quanto produtores dos bens turísticos podem ser prejudicados, mas principalmente a população da localidade receptora do turismo.

A necessidade de intervenção é mais no setor de turismo por conta de que “(...) há um consenso geral que os mercados [na indústria de turismo] são segmentados, uma falha extensa num segmento pode distorcer a alocação de recursos para toda a economia aumentando os custos e preços e reduzindo o emprego e a criação de bem-estar. Resumidamente, grandes falhas de mercados impõem custos econômicos intoleráveis que afetam todos os membros da comunidade, com conseqüente custo político que se propaga pela sociedade. O turismo, como atividade econômica, é mais suscetível a distorções, pois se apoia na produção de muitas outras indústrias para entregar seu produto: enfatizando a necessidade de alguma forma de ação coletiva para restabelecer os parâmetros competitivos.” (Michael, 2001).

Dentre essas falhas estão: o rendimento de escala em algumas atividades concernentes ao turismo, as externalidades associadas à existência de bens públicos e recursos comuns no rol dos bens ofertados aos turistas.

Muitas atrações turísticas são classificadas na economia como recursos

comuns. Para bens dessa natureza não é possível a exclusão de pessoas de seu consumo, entretanto o incremento de um consumidor adicional incorre em diminuição da utilidade auferida por outros consumidores, designando-se assim, bem com rivalidade em seu consumo. Atrações turísticas de livre acesso ao público, mas que apresentam problemas na medida em que se atinge o limite de capacidade de uso, como praias, centros históricos, igrejas, entre outros, que são exemplos de recursos comunitários.

Bens não excludentes e com rivalidade no consumo tendem ao superconsumo, uma vez que um acréscimo no consumo não representa aumento no custo para o consumidor. Verifica-se que não há incentivos para a diminuição do consumo e assim como também não há incentivos para que os usuários invistam na manutenção do recurso comum. Varian (2003) corrobora essa ideia ao explicar que como os usuários não arcam com os custos sociais e econômicos advindos do consumo do recurso comum, e não há meios de excluir outros usuários desse processo, há o incentivo para o aproveitamento máximo do bem ou atrativo em questão, com a finalidade de maximizar a utilidade individual proveniente desse consumo.

Ao setor público cabe a responsabilidade de prover esses recursos comunitários à sociedade, atuando na manutenção e desenvolvimento de bens dessa natureza, já que o setor privado, interessado em maximizar lucros minimizando custos, não tem incentivos para ofertar satisfatoriamente esses bens à sociedade já que pode consumi-lo também a custo zero.

O caso de Capadócia na Turquia ilustra bem a necessidade de intervenção estatal sobre a utilização de recursos comuns, principalmente quando são destinados ao consumo turístico. Devido à presença de fontes termais e de uma paisagem belíssima, em meados dos anos 1980, houve um acelerado desenvolvimento turístico na região. *“Com a construção de diversos meios de hospedagens na região que extraíam as águas termais do subsolo turco, aliado à crescente demanda de turistas, as principais atrações turísticas locais foram se deteriorando, tornando à manutenção da atividade turística no longo prazo”* (TOSUN, 2001).

A economia do turismo é permeada também por outra categoria de bens que são ofertados pelo setor público que são os chamados bens públicos. Estes bens são não excludentes e não rivais, e, sem governo e ao livre mercado, não seriam ofertados, uma vez que o setor privado não possui nenhum incentivo para fazê-los.

Diversos bens com características de bens públicos desempenham importante papel para o crescimento e desenvolvimento da localidade receptora do turismo. Primeiramente, a preservação do meio ambiente da localidade e o legado cultural, que constituem a base do turismo, auxiliado pela propaganda turística, são exemplos de bens públicos que possuem elevada importância para a existência do turismo, ao serem determinante na atração de turistas. Após ser definido pelo turista o destino da viagem, o turista necessitará de serviços básicos no local receptivo, como, por exemplo, bens e serviços de infraestrutura: estradas, iluminação, segurança, etc. Tais infraestruturas servem tanto aos habitantes locais no cotidiano como aos turistas.

Outras infraestruturas essenciais para a qualidade de vida no centro receptor do turismo, como o abastecimento de água, esgoto, e de energia elétrica, devem ser regulamentadas e fiscalizadas pelo poder público a fim de a provisão ser suficiente para atender a população fixa e a flutuante (turistas) em altas ou em baixas estações. Esses serviços públicos apresentam economia de escala, prevalecendo situações em que os custos fixos de provisão são bastante elevados, inviabilizando a empresas privadas ofertarem-no em livre concorrência. Para esses casos de monopólio natural, dá-se a concessão do monopólio a uma empresa, a partir de dispositivos legais, com a finalidade de ela poder obter algum lucro para a provisão do serviço a sociedade satisfatoriamente.

Existe outro tipo de falha de mercado associada ao turismo que necessita de intervenção estatal. É a chamada assimetria de informação entre os ofertantes e os consumidores dos produtos turísticos. Nela setor público atua no sentido de minimizar as perdas dela advinda. A atividade turística ao se expandir em uma localidade produz como resultado, não somente benefícios econômicos, mas também conduz a uma deterioração do destino turístico correspondente. Os grandes operadores turísticos e agências de viagem, por atuarem em múltiplos mercados,

mas também por controlarem parte importante das informações necessárias à tomada de decisões bem informadas por parte dos turistas, têm condição de arbitrar possibilidades de ganhos em vários destinos turísticos, através da aplicação de diferentes políticas de preços entre mercados concorrentes.

De acordo com Pereira e Leal (2007) o turista é refém das falhas de informação acerca da verdadeira qualidade-preço dos bens e serviços postos à sua disposição. Ainda, há a tendência de deterioração das condições de oferta de bens e serviços de infraestrutura geral e específica. Enfim, a concorrência entre destinos turísticos deve fazer com que haja a substituição da preferência de uns em detrimento de outros, à medida que um centro turístico já deteriorado entra em declínio e, portanto torna-se preterido pelos turistas quando comparadas com outros concorrentes em melhores estados de conservação.

Uma questão essencial para a expansão dos negócios turísticos é a disponibilidade de operações de financiamento. A capacidade de financiamento das atividades econômicas é um condicionante geral para o desenvolvimento do turismo, assim como para os outros setores. Nesse sentido, um desenvolvimento amplo só poderá ser alcançado se existir uma estrutura de financiamento que suporte o crescimento das firmas do turismo. (BEZERRA, 2006).

De acordo com Carvalho et al (2000), nas economias em desenvolvimento inexistem instituições privadas que deem conta das necessidades de financiamento de longo prazo das empresas, que tendem a crescer à medida que evolui o padrão tecnológico ditado pelo desenvolvimento capitalista. Para superar esse entrave ao investimento, as empresas dos países nessas condições precisariam contar com a participação decisiva dos recursos estatais. E essa intervenção estatal no mercado de crédito ocorre principalmente através de instituições financeiras estatais de desenvolvimento. No caso brasileiro esse papel é desempenhado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES).

O problema de financiamento turístico apresenta-se tanto no longo prazo como no curto prazo. Um exemplo de empreendimento que necessita de financiamento de longo prazo é a construção de um grande hotel. Entre a tomada de decisão do investimento, a compra de equipamentos e o período em que começa a

haver o retorno do capital empregado existem um hiato de tempo em que o investidor precisa comprometer considerável volume de recursos. Supondo razoavelmente que o investidor não dispõe do montante suficiente, ele precisará recorrer a financiamento para sustentar adequadamente a defasagem temporal entre o gasto com o investimento e a sua maturação.

Em relação ao financiamento do turismo no curto prazo, um dos principais problemas é por conta da sazonalidade, fenômeno típico do turismo. Em decorrência dela, há um descasamento entre o fluxo de receita, irregularmente distribuído no tempo, e os custos necessários para a manutenção dos empreendimentos. Nisso verifica-se que há diversos empreendimentos que só funcionam em períodos de alta estação.

Já em relação ao financiamento da infraestrutura geral, um aumento da relação entre o número de turistas e o número de residentes na localidade receptora, faz com que tenda a haver dificuldades para o financiamento da manutenção da qualidade ou ampliação da oferta dessa infraestrutura. Há uma tendência de deterioração da qualidade e da disponibilidade desses bens, cujos impactos não se limitam apenas aos turistas. Porém a contribuição destes não é suficientemente capaz de financiar completamente a manutenção da infraestrutura, necessitando que parte do ônus seja financiada pelo governo, através da arrecadação de impostos a população local (Pereira e Leal, 2007).

Os exemplos e aplicações demonstram que o turismo, dado sua complexidade, tende a apresentar problemas de eficiência e de coordenação, implicando em perdas de bem estar para a sociedade receptora. A partir desse diagnóstico verifica-se a necessidade de participação ativa da comunidade local no processo de desenvolvimento turístico, mas principalmente uma forte ação e regulação pública, como pré-requisitos ao desenvolvimento amplo da região receptora.

Por conseguinte, quanto maiores forem as habilidades das autoridades em prever com acurácia e agilidade os efeitos de medidas de políticas na demanda por turismo, maior a probabilidade de que medidas eficazes e bem-sucedidas sejam implementadas a contento.

1.4 Sustentabilidade do Turismo

O turismo possui algumas características que o fazem especial para o desenvolvimento econômico e social quando comparados a outras atividades produtivas. Muito foi argumentado sobre a capacidade do turismo de gerar renda, emprego e sobre a forma que seus efeitos se esparramarem pela economia. Porém, é imprescindível que os benefícios desse crescimento econômico advindo do turismo sejam compartilhados com toda a sociedade do local receptor. Como também que o turismo seja explorado de maneira sustentável, isto é, que os ganhos auferidos pela sociedade ocorram não somente no curto prazo, mas também no longo prazo.

O paradigma do desenvolvimento do turismo convencional tem sido substancialmente substituído por uma nova forma de desenvolvimento em que a sustentabilidade associada à prática do turismo seja um fator cada vez mais preponderante nas principais decisões de demanda e de oferta.

“O turismo sustentável [grifo do autor] é entendido como aquele que satisfaz as necessidades presentes dos turistas, ao mesmo tempo em que preserva as regiões de destino e incrementa novas oportunidades para o futuro. Ele deve ser concebido de modo a conduzir à gestão de todos os recursos existentes, tanto do ponto de vista da satisfação das necessidades econômicas, sociais e estéticas, quanto da manutenção da integridade cultural, dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos sistemas de suporte à vida” (OMT, 1998, p. 21).

A atividade turística pode ser uma das principais fontes de desenvolvimento regional sustentável, pelo seu forte efeito sobre a economia local. Porém, por ser altamente dependente da conservação cultural e ambiental, o desenvolvimento propiciado pelo crescimento dessa atividade somente será sustentável caso as pressões destrutivas sobre o meio ambiente e a cultura local sejam acompanhada de ações que as minimizem.

A pressão exercida por um número cada vez maior de turistas cujas perspectivas de regresso ao local visitado são baixas, pode levar à deterioração da qualidade das atrações centrais e à imposição de uma sobrecarga maior sobre os residentes permanentes.

Uma das particularidades mais marcantes do produto turístico é que ele só pode ser consumido *in loco*, isto é, o consumidor tem que se deslocar até o produto para consumi-lo. Com essa locomoção ao centro receptivo, o consumidor necessita de bens e serviços específicos para a sua manutenção fora de sua cidade de origem. Portanto, a presença do turista potencializa o desenvolvimento de atividades como meios de hospedagens, transportes, comércio, serviços, agências de viagens, artesanato, entre outras. Em decorrência ainda da presença de turistas na localidade receptora há uma potencialização das pressões de demanda sobre os serviços públicos. Diante disso a região receptora do turismo é estimulada a desenvolver suas infraestruturas, tais como estradas, aeroportos, saneamento, energia elétrica.

Sem intervenção estatal é impossível uma exploração do turismo que seja sustentável, uma vez que, nas atividades integrantes desse setor existem falhas econômicas que, apenas o estado, com seu poder discricionário, é capaz de promover as devidas correções. Porém as possibilidades de intervenção são limitadas pela disponibilidade de recursos e instrumentos existentes.

De acordo com Cunha e Cunha (2007) as ações direcionadas para o desenvolvimento do turismo sustentável necessitam apoiar-se em estudos que avaliem seus impactos positivos e negativos, onde as variáveis econômicas, sociocultural e ambiental sejam dimensionadas.

Entende-se que a identificação dos agentes que, de um lado, têm perdas de bem-estar com o processo de degradação dos destinos turísticos e, de outro, daqueles que no curso do ciclo de vida do destino turístico se apropriam do excedente econômico gerado em seus respectivos mercados de atuação, constitui-se em um guia importante a orientar a implementação de uma política para o desenvolvimento sustentável do turismo. (Pereira e Leal, 2007).

Os progressos em direção ao desenvolvimento sustentável do turismo serão dificilmente satisfatórios enquanto essas práticas se restringirem a poucos nichos do mercado turísticos, com a restante da indústria do turismo priorizando claramente o lucro em detrimento da sustentabilidade.

2 Caracterização Empírica do Turismo

Após análise conceitual do turismo e sua relação com a economia, torna-se importante investigar o que os dados disponíveis indicam a respeito dos efeitos do turismo sobre a economia. Partindo de dados globais, mais gerais, para dados locais, mais específicos, objetiva-se verificar como o crescimento do turismo pode ser importante para evolução de outras variáveis econômicas.

Através de análise do fluxo global de turistas internacionais na **tabela 1** abaixo, percebe-se que há uma tendência ao aumento do número de turistas que se movimentam para fora das fronteiras de seus países. Fato este que tende induzir um aumento também no fluxo de renda entre os países.

Tabela 1 - Distribuição do número de chegadas no movimento internacional de turistas

	2000	2005	2006	2007	2008
Mundo (Total de Turistas)	684.000.000	803.000.000	847.000.000	904.000.000	922.000.000
Europa	57,39%	54,64%	54,54%	53,90%	52,94%
Ásia e Pacífico	16,19%	19,34%	19,71%	20,12%	19,97%
América Central e Caribe	3,11%	3,07%	3,13%	3,05%	3,10%
América do Norte	13,38%	11,21%	10,70%	10,54%	10,61%
América do Sul	2,25%	2,28%	2,21%	2,21%	2,26%
África	4,09%	4,67%	4,89%	4,99%	5,09%
Médio Oriente	3,59%	4,79%	4,83%	5,20%	6,03%

Fonte: OMT (2009)

Nesse contexto, surgem como os principais países emissores de turistas: Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido, Itália, França e Japão. Já quando se observa os principais países receptores de turistas, verifica-se que estão entre os primeiros: França, EUA, Espanha e China, seguidos de Itália, Reino Unido, Turquia e Alemanha. O Japão, que aparece como um dos principais emissores de turista internacionais, não aparece entre os países mais visitados.

Tabela 2 - Principais países receptores de turistas internacionais - 2005-2009

Países	Turistas (milhões de chegadas)				
	2005	2006	2007	2008	2009
Mundo	801,6	846	900,5	919	880,5
França	75	77,9	80,9	79,2	74,2
Estados Unidos	49,2	51	56	57,9	54,9
Espanha	55,9	58	58,7	57,2	52,2
China	46,8	49,9	54,7	53	50,9
Itália	36,5	41,1	43,7	42,7	43,2
Reino Unido	28	30,7	30,9	30,1	28
Turquia	20,3	18,9	22,2	25	25,5
Alemanha	21,5	23,6	24,4	24,9	24,2
Malásia	16,4	17,5	21	22,1	23,6
México	21,9	21,4	21,4	22,6	21,5
Áustria	20	20,3	20,8	21,9	21,4
Ucrânia	17,6	18,9	23,1	25,4	20,7
Rússia	19,9	20,1	20,6	21,6	19,4
Hong Kong (China)	14,8	15,8	17,2	17,3	16,9
Canadá	18,8	18,3	17,9	17,1	15,8
Grécia	14,8	16	16,2	15,9	14,9
...					
Brasil	5,4	5	5	5,1	4,8
Outros	318,8	341,6	365,8	380	368,4

Fonte: OMT (2009)

A partir da análise da **tabela 2**, confirma-se a tese levantada por diversos autores de que a localização geográfica de um país, seja o de origem ou o de suposto destino, parece ter um peso importante nas decisões de viagem.

Acrescenta-se a esse fator o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), que também parece ser um indicador que ajuda a explicar os deslocamentos dos turistas pelo mundo. Na **tabela 3** está disponível o IDH dos principais receptores de turismo no mundo, para o ano de 2010. Evidencia-se com ela que não necessariamente o IDH é uma variável preponderante na determinação de viagem para o consumidor de turismo, mas a depender de como ela é utilizada em pesquisas sobre o turismo, principalmente na determinação da demanda, ela é bastante útil, uma vez que é um indicador amplamente conhecido, que possui confiabilidade na metodologia para sua obtenção, e, além disso, conta com uma razoável base histórica.

Tabela 3 – IDH (2010) dos principais países receptores de turismo

Ranking IDH	Receptor de Turismo	País	IDH
14º	1º	França	0,872
4º	2º	EUA	0,902
20º	3º	Espanha	0,863
89º	4º	China	0,663
23º	5º	Itália	0,854
26º	6º	Reino Unido	0,849
83º	7º	Turquia	0,679
10º	8º	Alemanha	0,885
57º	9º	Malásia	0,744
56º	10º	México	0,75
73º		Brasil	0,699

Fonte: UNDP

Em relação à movimentação de turistas internacionalmente e à participação brasileira no turismo internacional há outros fatores também importantes que devem ser investigados, como por exemplo, o nível de segurança existente nos destinos turísticos. Este fator parece exercer um papel fundamental na decisão de viagem não por representar exatamente um aumento na atratividade de um destino quando comparado a outro, mas por se apresentar como uma condição prévia fundamental, sendo o destino refutado quando não são atendidas as exigências mínimas dos turistas em potenciais.

Sustenta essa tese, o estudo da UNODC (2013) que publicou os dados sobre homicídios para uma grande quantidade de países, dos diversos continentes existentes, o que possibilitou verificar a quantidade absoluta e a taxa por 100 mil habitantes de homicídios dos principais países receptores de turistas do mundo, dado este que pode representar a capacidade deles proverem segurança aos turistas recebidos.

A partir da Tabela 4, pode-se observar que praticamente os principais países receptores de turistas do mundo, com exceção do México, possuem taxas de homicídios inferiores à média mundial para o ano de 2012 (6,2 por 100 habitantes). Diante disso, essa também parece ser uma condição fundamental para um país estar entre os principais países receptores de turistas estrangeiros, E a razão encontrada para que o México alcançar esse sucesso mundial na atração de turista, mesmo sendo um país que não pertence aos desenvolvidos e possuindo uma alta taxa de homicídios, deve-se a ele estar limítrofe aos EUA e do poder econômico de

sua enorme população.

Tabela 4 – Homicídios nos principais países receptores de turismo

Receptor de Turismo	País	Homicídios	
		Quantidade	Taxa
1º	França	665	1
2º	EUA	14.827	4,7
3º	Espanha	364	0,8
4º	China	13.410	1
5º	Itália	530	0,9
6º	Reino Unido	653	1
7º	Turquia	1.855	2,6
8º	Alemanha	662	0,8
9º	Malásia	652	2,3
10º	México	26.037	21,5
	Brasil	50.108	25,2

Fonte: UNODC (2013)

Através dos dados da OMT (2009), observa-se também que o Brasil de 2005 a 2009 viu diminuir sua participação no mercado turístico internacional, passando de 0,67% em 2005 para 0,55% em 2009. Corroborar essa estatística, os dados disponibilizados na **tabela 5**, referente à quantidade de chegadas de passageiros de voos internacionais ao Brasil de 1990 a 2009, que demonstra claramente que o país em 2009 recebeu praticamente a mesma quantidade de visitantes estrangeiros de 1999, muito embora a tabela 1 mostre que desde 2000 há uma crescente quantidade de turistas viajando internacionalmente.

Tabela 5 - Chegadas de turistas ao Brasil anual – 1990-2009.

1990	1.091.067	2000	5.313.463
1991	1.228.178	2001	4.772.575
1992	1.692.078	2002	3.784.898
1993	1.641.138	2003	4.132.847
1994	1.853.301	2004	4.793.703
1995	1.991.416	2005	5.358.170
1996	2.665.508	2006	5.017.251
1997	2.849.750	2007	5.025.834
1998	4.818.084	2008	5.050.099
1999	5.107.169	2009	4.802.217

Fonte: Infraero.

E esse percentual do turismo mundial que o Brasil possui está representado na **tabela 6**, em número de turistas conforme sua origem.

Tabela 6: Número de chegadas de turistas ao Brasil, segundo principais países emissores – 2005-2009.

	2005	2006	2007	2008	2009
Total	5.358.170	5.017.251	5.025.834	5.050.099	4.802.217
Argentina	992.299	933.061	921.679	1.017.675	1.211.159
Estados Unidos	793.559	721.633	695.749	625.506	603.674
Itália	303.878	287.898	268.685	265.724	253.545
Alemanha	308.598	277.182	257.740	254.264	215.595
França	263.829	275.913	254.367	214.440	205.860
Uruguai	341.647	255.349	226.111	199.403	189.412
Portugal	357.640	299.211	280.438	222.558	183.697
Paraguai	249.030	198.958	212.022	217.709	180.373
Espanha	172.979	211.741	216.891	202.624	174.526
Inglaterra	169.514	169.627	176.970	181.179	172.643

Fonte: Ministério do Turismo (2010)

De acordo com a **tabela 6**, o principal emissor de turistas a este país é a vizinha Argentina. Este, considerado um país em desenvolvimento, não pertence ao grupo dos principais países emissores de turistas internacionais. Diante disso, pode-se sugerir que um importante determinante da demanda de turismo internacional para o Brasil é a variável distância.

A **tabela 7** abaixo descreve o PIB per capital de alguns dos principais emissores de turistas ao Brasil. Como o poder de compra do turista é geralmente expressado através do PIB per capita do país de origem do turista e diante dos dados apresentados, esta variável parece ser fundamental para análises mais precisas acerca dos determinantes da demanda estrangeira pelo consumo do turismo no Brasil.

Tabela 7 - PIB per Capita em US\$ dos principais países emissores de turistas ao Brasil

	2006	2007	2008	2009	2010
Argentina	5.474	6.603	8.191	7.624	9.067
Estados Unidos	44.663	46.406	46.971	45.745	47.084
Itália	31.614	35.641	38.382	35.057	33.866
Alemanha	35.429	40.468	44.264	40.670	40.542
France	35.558	40.460	44.117	40.663	39.460
Uruguai	5.974	7.183	9.351	9.364	11.996
Portugal	18.996	21.845	23.716	22.031	21.476
Paraguai	1.542	1.995	2.705	2.243	2.860
Espanha	27.989	32.130	34.988	31.857	30.452
Reino Unido	40.329	46.096	43.277	35.143	36.084

Fonte: World Bank (2011)

No que tange à contribuição dos gastos de turistas estrangeiros no consumo turístico total e na geração de renda e emprego, o setor de turismo

brasileiro é proporcionalmente menos internacionalizado do que a média mundial. Esse baixo grau de internacionalização da demanda turística mostra que o Setor de Turismo brasileiro ainda é fortemente dependente do Turismo doméstico. De acordo com estimação da OMT (2003), o turismo doméstico brasileiro causa impacto dez vezes maior do que o internacional dentro do Brasil. Com isso, o fortalecimento e consolidação do turismo brasileiro dependem, no curto e no médio prazo, sobretudo da expansão do turismo doméstico (Hiratuka, Sarti, Sabbatini, 2007).

A tabela 8 mostra a quantidade de desembarques nacionais em contraponto aos desembarques internacionais.

**Tabela 8 – Desembarque de passageiros em voos internacionais e nacionais-
variação anual - 1999-2009**

	Desembarques Internacionais		Desembarques Nacionais	
	Nº de passageiros	Var. anual (%)	Nº de passageiros	Var. anual (%)
1999	4.982.037	-	26.690.899	-
2000	5.417.653	8,74	28.971.321	8,54
2001	4.990.416	-7,89	32.615.896	12,58
2002	4.630.114	-7,22	32.945.284	1,01
2003	5.375.350	16,10	30.742.037	-6,69
2004	6.185.210	15,07	36.554.525	18,91
2005	6.788.233	9,75	43.095.828	17,89
2006	6.367.179	-6,20	46.345.828	7,54
2007	6.445.153	1,22	50.002.469	7,89
2008	6.534.263	1,38	48.702.482	-2,60
2009	6.510.953	-0,36	56.024.144	15,03

Fonte: INFRAERO

Porém mensurar a demanda por turismo doméstico no Brasil com base somente nos transportes aéreos de passageiros é impreciso, por não contar as viagens terrestres e também por conta do alto percentual de viagens de avião a trabalho que em muitas vezes o retorno acontece em menos de 24 horas, descaracterizando assim de viagem de turismo.

Através de um levantamento realizado pela FIPE referente ao ano de 2007, que mostra quais são os meios de transporte utilizados pela população brasileira, separada por renda, nas suas principais viagem doméstica, pode-se verificar que as viagens familiares são realizadas principalmente por carro. As

viagens de aviões apresentam-se apenas como a terceiro meio de transporte mais utilizado, sendo menos utilizado que os ônibus de linha, conforme segue na Tabela 9.

Tabela 9 – Meios de transportes utilizados na principal viagem doméstica ano 2007 (SM = Salário mínimo)

Meios de Transporte	Classe de renda mensal familiar			Total
	de 0 a 4 SM ¹	de 4 a 15 SM	Acima de 15 SM	
Carro	34,4	55,2	57,3	45,8
Ônibus de Linha	41,6	20,7	8,7	29,2
Avião	5,4	12,3	26,7	10,4
Outros	18,6	11,8	7,3	14,6

Fonte: FIPE (2009)

A análise de dados referentes à demanda turística em nível global é importante para mostrar parte do potencial de crescimento existente no turismo como promotor de desenvolvimento. Uma complementação a esses dados seria a disponibilização também dos dados globais sobre a estrutura de oferta do turismo. Entretanto, com as ferramentas disponíveis atualmente não se pode observar claramente, com dados quantitativos, as indústria e setores que compõem o produto turismo.

Uma alternativa para se visualizar com um pouco mais de precisão a contribuição do turismo para a economia, sob a ótica da oferta, é se trabalhar com perspectivas mais reduzidas que o nível global. Assim, para análise do turismo sob esse prisma, quanto menor for ente federativo (cidade, estado ou país) de análise, mais fácil, ou menos difícil, será obter dados precisos acerca desse.

Em complemento a essas abordagens – de demanda ou de oferta – Takasago et al.(2010) através da Matriz Insumo-Produto do Brasil de 2006, e selecionando as atividades características do turismo conseguiu obter um dado acerca do tamanho da economia do turismo no Brasil. Para o ano de 2006, a economia do turismo, representou cerca de 2% do PIB brasileiro. A Tabela 9 identifica o tamanho do turismo no Brasil e também dados referentes à remuneração dos trabalhadores do setor turismo.

Tabela 10 – O turismo e a economia brasileira em 2006.

	Economia do Brasil	Turismo	B/A (%)
Valor Bruto da Produção	4.727.828	94.656	2,00%
Valor Adicionado	2.034.734	47.333	2,33%
Demanda Total	2.288.106	78.946	3,45%
Salários de Trabalhadores	969.391	26.977	2,78%
Remunerações de Autônomos	212.919	7.463	3,51%
Remuneração Total	1.182.310	34.440	2,91%
Excedente Operacional Bruto (Capital)	825.311	12.428	1,51%

Fonte: Takasago et Ali (2010).

A partir de análise dos dados dessa **tabela 10**, é possível a determinação de um dos principais motivos que tornam a promoção do turismo ser utilizada por diversos países como impulsionador do desenvolvimento. Em relação ao tão aclamado potencial do turismo em gerar renda e emprego, os dados explicitam que a geração de renda no setor turismo, analisada através da remuneração dos trabalhadores desse setor relativamente à sua participação nacional, é mais significativa do que a participação do PIB turístico no PIB brasileiro, implicando, portanto, uma vantagem do turismo em relação a outros setores produtivos, tendo em vista o para a redução de desemprego.

Ainda, quando comparado a outras economias do mundo, vislumbra-se a possibilidade de expansão da representatividade da economia do turismo brasileiro sobre economia nacional, atualmente em 2%, uma vez que a média mundial da participação do turismo sobre a economia mundial é de 5,9% (Beni, 2003).

3 O Turismo em Pirenópolis/GO

Para estudo de caso foi escolhida a atividade turística existente no município de Pirenópolis (GO). Devido à riqueza da cultura regional e aos diversos atrativos naturais que esse município possui, ele se constitui num expoente turístico regional, apresentando uma boa capacidade de atração de turistas e na existência de uma razoável infraestrutura turística.

Para análise do efeito do turismo já existente sobre a economia local e para possíveis antecipações de efeitos, negativos e positivos, essa investigação terá como subsídio a evolução dos dados socioeconômicos disponíveis para esse município, quando existentes, além de outros parâmetros que se relacionem com a atividade turística. Os dados utilizados foram selecionados de fontes oficiais e de estudos acadêmicos, alguns produzidos especificamente para a realidade pirenopolina.

Objetiva-se também através desse estudo de caso, verificar se o atual desenvolvimento turístico de Pirenópolis, a partir das teorias discutidas nos capítulos anteriores, consegue equilibrar satisfatoriamente os benefícios, de origem principalmente econômica – renda, emprego, infraestrutura – aos custos, principalmente, sociais e ambientais. E caso não exista esse equilíbrio, objetiva-se verificar alguns dos principais entraves ao desenvolvimento sustentável da exploração do turismo, que contemple a perpetuação das riquezas culturais e ambientais sobre as quais está o alicerce do potencial turístico de Pirenópolis.

3.1 Caracterização de Pirenópolis

Pirenópolis é um município que está situado no estado de Goiás, na mesorregião do leste goiano e na microrregião do entorno de Brasília. Praticamente equidistante de Brasília, capital federal, e de Goiânia, capital estadual, ela possui uma enorme capacidade de desenvolvimento econômico e social se observadas as potencialidades locais que a exploração do turismo pode proporcionar ao município.

A origem dessa cidade data do século XVIII, onde bandeirantes, à procura de ouro, encontraram minas auríferas no leito do Rio das Almas, em região aos pés da Serra dos Pireneus. Inicialmente surgiu como um acampamento de garimpeiros, e, de acordo com o IPHAN, em 1750, a estrutura básica do município já estava consolidada. E uma parte importante dessa história ainda existe, já que o antigo núcleo histórico se manteve praticamente inalterado até dias atuais.

Com o passar dos anos e com a evolução econômica e social apresentada pelo município, houve também uma evolução do quantitativo de habitantes em Pirenópolis. De acordo com o Censo de 2010, Pirenópolis possuía nesse ano 23.006 habitantes. A **tabela 11** evidencia que houve um aumento populacional significativo neste último decênio 2000-2010 superando em muito a variação populacional do decênio anterior. Porém a taxa de crescimento do decênio 2000-2010 quando comparada às taxas de crescimento populacional do estado de Goiás e do Brasil ela ainda se situa abaixo de ambas.

Tabela 11 – Crescimento populacional no período (em %)

	Pirenópolis	Goiás	Brasil
1991 - 2000	0,84		
2000 - 2010	8,29	20,20	12,30

Fonte: IBGE

Parte desse aumento populacional pode ter como causa o aumento nos níveis de atividade econômica local nos últimos anos. Partindo do pressuposto que um aumento no nível de atividade econômica requer uma maior quantidade de trabalho empregado na produção, o que significa a criação de novos postos de trabalho; e ainda se tratando de uma economia local com uma crescente participação do turismo, que é uma atividade intensiva em trabalho, tem-se que o crescimento populacional tende a ser uma consequência razoável. Existe, portanto, um aumento na capacidade de atração de migrantes de outras cidades, principalmente das cidades próximas, em busca dessa possível renda advinda desses novos postos de trabalho.

Dentre os indicadores econômicos existentes, a análise do PIB é uma alternativa viável para análise da evolução do nível de atividade econômica de Pirenópolis. Embora a efetividade de análise desse indicador seja limitada, por

contemplar somente a produção interna do município em nível agregado, apresenta a vantagem de estar disponível em série temporal atualizada e confiável. A **tabela 12** disponibiliza o PIB depreciado aos preços de 2009, para que seja possível a análise da variação real do PIB de Pirenópolis através dos anos, e também mostra a evolução dos PIB do estado de Goiás e do Brasil como base para comparação.

Tabela 12 - Produto Interno Bruto (em milhões de R\$ de 2009)

	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Brasil	2.540.271	2.716.170	2.801.992	2.912.868	3.090.303	3.250.121	3.239.404
Goiás	64.315	67.182	65.944	70.142	75.721	80.681	85.615
Pirenópolis	154	124	123	128	133	172	182
DF	96.497	98.944	105.081	110.183	116.055	126.022	131.487

Fonte: IBGE

A partir desses dados, segue-se a variação percentual real anual do PIB, que possibilita uma análise comparativa isenta da influência da inflação correspondente, conforme segue na **tabela 13**. Pirenópolis apresentou taxas de crescimento do PIB positivas a partir de 2006, compensando em parte as taxas negativas de 2003 a 2005. Embora um surpreendente crescimento de 2008 tenha ocorrido, a taxa de crescimento acumulado de 2002 a 2009 ficou abaixo tanto do crescimento do PIB de Goiás quanto do Brasileiro.

Tabela 13 - Variação Percentual Real Anual do PIB

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2002/2009
BRASIL	1,10%	5,70%	3,20%	4,00%	6,10%	5,20%	-0,30%	27,50%
GOIÁS	0,70%	3,80%	-1,80%	6,40%	8,00%	6,60%	6,10%	33,10%
Pirenópolis	-11,10%	-9,00%	-1,20%	4,20%	3,50%	29,50%	5,70%	18,00%
DF	-1,20%	3,70%	6,20%	4,90%	5,30%	8,60%	4,30%	36,30%

Fonte: IBGE

Aprimorando-se essa análise, é possível a determinar as contribuições dos diversos setores produtivos para a formação do produto interno bruto municipal. Assumindo que as atividades produtivas relacionadas diretamente ao turismo estão inseridas quase que exclusivamente no setor de serviços, um crescimento na exploração do turismo em Pirenópolis que signifique uma maior participação relativa desse fator na composição do PIB implicaria necessariamente em um aumento da participação relativa do setor de serviços na composição do PIB.

A partir os dados da **tabela 14**, que contém a participação de cada setor

para formação do PIB pirenopolino, observa-se que o setor de serviços de 2003 a 2007 apresentara crescimento na participação do PIB, mas em 2008 e 2009 esse setor mostrou uma perda de relevância na composição do PIB. Essa variação na composição do PIB de Pirenópolis não fornece informações claras acerca da variação do nível de atividade turística municipal, porém consegue mostrar que a perda de relevância do Setor de serviços deveu-se principalmente pelo aumento relevante da atividade industrial em Pirenópolis.

Tabela 14 - Composição do PIB de Pirenópolis

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Agropecuária	30,77%	29,79%	26,29%	24,99%	25,26%	20,43%	21,19%
Indústria	13,86%	11,60%	11,75%	10,08%	9,89%	22,14%	24,60%
Serviços	49,18%	53,14%	56,08%	59,31%	59,62%	50,77%	48,37%
Impostos Líquidos	6,19%	5,48%	5,88%	5,62%	5,23%	6,65%	5,84%
PIB	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: IBGE

Diante da necessidade de se verificar que o turismo se apresenta como uma oportunidade viável para o fomento do desenvolvimento econômico, social e ambiental, conforme boa parte da literatura econômica sugere, torna-se fundamental averiguar os principais determinantes para o desenvolvimento dessa atividade em Pirenópolis. Análises sobre as questões inerentes à demanda como à oferta são imprescindíveis para o alcance de resultados satisfatórios.

3.2 Demanda Turística

Como já visto no capítulo 1 desta monografia, dentre os principais fatores determinantes para a decisão da demanda sobre o destino turístico está distância entre o local receptor do turismo e a cidade de partida do viajante, estando esta variável diretamente relacionada ao custo de viagem. E esse é um dos trunfos de Pirenópolis para que ela consiga atingir um desenvolvimento turístico satisfatório.

Devido à sua privilegiada posição geográfica, em que a sede municipal se localiza a 130 km da capital estadual, Goiânia, e a 150 km da capital federal, Brasília, Pirenópolis se coloca como uma boa alternativa de turismo para os

moradores dessas metrópoles. O acesso de turistas se dá em quase sua totalidade por meio de vias terrestres. A BR-070 é a principal estrada de ligação à Brasília, enquanto que através da BR-414, ela se conecta por rodovia à BR-153 (Rodovia Belém-Brasília), à Anápolis e à Goiânia, as duas maiores cidades goianas.

Uma das várias oportunidades decorrentes dessa proximidade é a potencialidade de se utilizar esse fator favorável para diminuir o impacto da sazonalidade. Essa característica fortemente presente no turismo em geral, dificulta o encaixe financeiro para diversos tipos de empreendimentos ligados à atividade turística, inviabilizando-os e sendo determinantes para o encerramento de suas atividades antes mesmo de que sejam garantidos o retorno dos capitais investidos.

Entretanto essa proximidade supostamente também é responsável pelo baixo tempo de permanência do turista na cidade, uma vez que permite facilmente viagens de fim de semana e de feriados prolongados sem o dispêndio de muito tempo no deslocamento, sendo que o tempo médio de permanência do turista em Pirenópolis é de dois dias.

Outro aspecto também importante para o sucesso do desenvolvimento do turismo refere-se ao poder de compra do viajante. Sendo Brasília e Goiânia os maiores emissores de turistas para Pirenópolis, a obtenção de um indicador confiável para o poder de compra desses turistas pode ter um papel fundamental para análise da viabilidade de se optar por um desenvolvimento local baseado no turismo.

Embora não haja estatísticas confiáveis acerca dos gastos estritamente turísticos realizados em Pirenópolis, assim como para diversos outros centros turísticos, será utilizado o PIB per capita dessas duas cidades para vislumbrar algumas tendências e potencialidades dessa atividade.

Brasília possui o maior PIB per capita entre as capitais brasileiras, enquanto Goiânia se destaca regionalmente nesse quesito. O PIB per capita dessas capitais vêm se elevando sistematicamente nesses últimos anos, conforme **tabela 15**. Apesar do aumento da renda per capita nessas cidades não implicar necessariamente no aumento de demanda para o turismo em Pirenópolis, haja vista

a existência de muitos destinos turísticos concorrentes, é razoável supor que isso pode afetar positivamente a demanda de turistas em Pirenópolis.

Tabela 15 – PIB per Capita dos principais emissores de turistas a Pirenópolis

	2005	2006	2007	2008	2009	Var. % 2009/2005
Goiânia	13.762,99	15.245,51	16.164,20	16.267,31	16.682,49	
Goiânia (% anual)	-	10,77%	6,03%	0,64%	2,55%	21,21%
Brasília	40.309,19	42.266,03	44.518,64	48.341,79	50.438,46	
Brasília (% anual)	-	4,85%	5,33%	8,59%	4,34%	25,13%

Fonte: IBGE

Outra questão importante a se verificar na demanda é qual o tipo de experiência de viagens que o turista busca em Pirenópolis. E isso depende claramente dos atrativos turísticos que a cidade apresenta. Principalmente por conta dos recursos naturais, das áreas rurais e do patrimônio histórico-arquitetônico, além da rica cultura local (Silva, 2008) Pirenópolis tem a capacidade de promover bem estar aos seus visitantes. Dessa forma os principais tipos de turismo mais explorados em Pirenópolis são: o turismo ecológico, ou ecoturismo; o turismo histórico-cultural e o turismo religioso.

3.3 Oferta Turística

Apesar de a análise de dados socioeconômicos municipais se mostrarem insuficientes para conclusões precisas acerca da economia do turismo em Pirenópolis, há outras abordagens possíveis que podem ser utilizadas para dimensionar o desenvolvimento do turismo, como a questão da oferta analisar a evolução da oferta turística surge como via útil de análise.

Através da observação da oferta essencialmente turística, como a quantidade e tipos de atrações, o número de meios de hospedagens, a quantidade de agências de turismo, entre outras, pode-se obter um indicador do crescimento da atividade ou pelo menos da esperança dos investidores no crescimento do turismo na região, isto se houver uma disponibilidade de dados ao longo do tempo.

Entretanto, para o turismo brasileiro em geral, os dados existentes sobre as atividades turísticas locais são pouco organizados, colhidos sob metodologias diferentes e sem periodicidade de divulgação definidas. O resultado, portanto, é a

impossibilidade de se realizar inferências precisas sobre a evolução da quantidade e da qualidade das chamadas ACT (Atividades Características do Turismo).

Pirenópolis possui uma cultura particularmente forte que está arraigada nos costumes do seu povo podendo ser comprovada pelas diversas manifestações culturais que ocorrem durante várias partes do ano, como a festa do divino e as cavalhadas, representando a tradição regional, e também alguns festivais de cinema, literatura, além de vários outros eventos. Muitos desses eventos são patrocinados tanto pelo poder público como pela iniciativa privada.

Já em relação ao meio ambiente, nos arredores do centro urbano de Pirenópolis existe uma grande variedade de atrativos naturais. Há a possibilidade de diversos passeios, caminhadas e banhos no Parque Estadual dos Pirineus, na Reserva Ecológica de Várzea Grande, Santuário de Vida Silvestre Vaga Fogo, além das várias cachoeiras existentes na região que fomentam bastante a atividade turística local.²

Segundo estimativa do CADASTUR (Ministério do Turismo, 2014) Pirenópolis possuía em novembro de 2013, 73 meios de hospedagens regulares em atividade, contabilizando um total de 2.648 leitos disponíveis. E que existem ainda 11 agências de turismo em operação. Já para a quantidade de restaurantes existentes em Pirenópolis, em 2007, CADASTUR estimou a existência de cerca de 80 estabelecimentos desse tipo.

3.4 Desenvolvimento Local a Partir do Turismo

A riqueza histórica, cultural e ambiental é que dá vocação turística à Pirenópolis e que possibilita ao município de se desenvolver através da exploração desse potencial. Por consequência, todas as políticas públicas que promovem o desenvolvimento turístico devem, ou pelo menos deveriam atribuir relevância fundamental à preservação dessa riqueza, material e imaterial.

Para tanto, as infraestruturas locais devem estar preparadas para suportar

2

Cachoeira do Abade, Cachoeiras do Bomsucesso, Cachoeiras da Meia-Lua e Fumaça, Poço Azul, Cachoeira Usina Velha, Cachoeiras das Araras, Cachoeiras dos Dragões, entre outras.

os habitantes regulares acrescidos da população flutuante, somatório este que atinge pico nos períodos de alta temporada e feriados prolongados. Dessa forma, a investigação sobre a quantidade e condições das infraestruturas relacionadas ao desenvolvimento urbano, pode ser bastante útil à análise do turismo, já que se vinculam indiretamente a ele.

Inicialmente o setor turístico se apropriou e utilizou a infraestrutura já existente nesta localidade, que foram criadas pela população e por outros setores da economia para outros fins. Posteriormente foi necessária a divisão das tarefas para aumentar a oferta turística. Ao longo do desenvolvimento do turismo, em relação aos investimentos em infraestrutura turística, coube ao governo viabilizar a parte política, a segurança, a preservação da natureza e a cultura local, o sistema de transporte, as redes de água e o saneamento básico, enquanto que ao setor privado coube os investimentos na expansão imobiliária para atender a demanda por alojamentos e alimentação (Silva, 2008).

Em relação à capacidade do município de receber turistas, supondo somente a lotação dos meios de hospedagens existentes, a partir da estimativa do CADASTUR (MTUR, 2014) haveria um acréscimo da população pirenopolina em mais de 10%. Como esses dados não incluem a existência ainda de meios de hospedagens que atuam na informalidade, como por exemplo: pensões, *campings* e diversas casas disponíveis para aluguel de temporada; a quantidade de visitantes, em períodos de pico, tende a ser maior do que essa estimativa. De acordo com a estimativa de CASTRO (2007) Pirenópolis chega a receber de 15.000 a 20.000 visitantes em feriados prolongados e cerca de 100.000 visitantes por ano. Assim, a população em determinadas épocas do ano quase que duplica, se traduzindo, portanto numa enorme pressão sobre o patrimônio público local (urbano, cultural e natural).

A evolução histórica das infraestruturas urbanas pode demonstrar a capacidade do município em prover bem estar aos seus visitantes. Dentre aquelas observáveis figuram principais: saneamento básico, segurança, iluminação pública, quantidade e qualidade de instituições de ensino, instituições financeiras, entre outras. A qualidade das infraestruturas urbanas é fundamental para a decisão do destino pelo turista em potencial. E o investimento em melhoria nesses fatores, além

de afetar positivamente o turismo, tem o poder de influenciar diretamente a vida dos moradores da cidade em seu cotidiano.

Questões importantes, que podem acarretar efeitos negativos, tais como: o lixo produzido, a limpeza urbana, o aumento do consumo de água e a produção de esgotos e o aumento do consumo de energia elétrica devem ser consideradas essenciais no planejamento do desenvolvimento turístico no município. As respectivas soluções devem estar alinhadas ao desenvolvimento sustentável local num propósito de minimizar as consequências negativas advindas de uma possível sobrecarga sobre esses serviços urbanos, por exemplo, que refletem diretamente no produto turístico ofertado.

Há indícios de que a capacidade de absorção da população transitória é insuficiente. Até recentemente, era comum a falta de água e de energia elétrica nas festas de ano novo e no carnaval. Diante desse fato é imprescindível a realização de investimentos para melhoria na infraestrutura básica com o intuito de suportar a carga turística presente e a futura.

Em termos econômicos, os bens classificados como público e recursos comunitários devem ser regulados e controlados com mais rigor técnico-científico, já que eles são primordiais para que o desenvolvimento turístico se sustente no longo prazo e também para a manutenção da qualidade de vida da população tradicional pirenopolina. Para tanto é necessário que as instituições públicas de todos os níveis possíveis se articulem para implementarem um sistema de fiscalização efetiva das atividades econômicas e das ações humanas que impactem sobre esses bens e riquezas da coletividade.

Um dos pontos que destacam Pirenópolis frente aos demais municípios limítrofes é o seu conjunto arquitetônico urbanístico paisagístico e histórico bastante preservado, que, inclusive, foi alvo de tombamento pelo IPHAN, em 1937. Esse tombamento estimula a preservação principalmente da arquitetura local, esta que tanto reforça o caráter bucólico de Pirenópolis e que de um atrativo importante aos frequentes turistas. Para além dos benefícios aos turistas, essa preservação também gera benefícios permanentes à população local, uma vez que construções importantes para o desenvolvimento e fortalecimento da cultura local, como por

exemplo, o Teatro de Pirenópolis e o Cine Pirineus, estão bem cuidadas e em funcionamento. É importante ressaltar que esses espaços onde ocorrem atividades cotidianas e turísticas quando preservados, e até mesmo revitalizados, aumentaram a qualidade de vida dos residentes e criaram oportunidades de Lazer para classes menos abastadas.

Em contrapartida, segundo ALMEIDA(2006), essa preservação do patrimônio histórico tem-se gerado um processo de gentrificação³, com a periferização das comunidades locais causando uma desagregação da identidade e do tecido social de Pirenópolis. Isso porque a região tombada pelo IPHAN é o centro da cidade, onde as atividades comerciais voltadas ao turismo e as principais construções se situam.

Além da questão da repulsão geográfica da população tradicionalmente local, estes têm exercido cada vez mais papéis periféricos ao longo do desenvolvimento do turismo. Fato constatado ao se verificar que a maior parte dos empreendimentos de médio e grande porte voltados para o turismo, como Hotéis, pousadas, restaurantes e agência de turismo, são de propriedade de pessoas originárias de outras cidades brasileiras.

Essa tendência de repulsa da população local do protagonismo da exploração do turismo põe em evidência uma contradição intrínseca a esse processo turístico, onde por um lado a riqueza da cultura regional é enaltecida e explorada como um bem valioso e fundamental para a existência do turismo na região, e por outro esse mesmo processo turístico tende a repelir do centro os detentores e produtores originários desses recursos (cultura, costumes, tradições, etc). Há, portanto, uma necessidade de existir políticas públicas que impeçam ou pelo menos mitiguem a capacidade de o processo turístico impor essa restrição de acesso da população local ao protagonismo dessa atividade.

³ **Gentrificação** é um resultado inevitável da revitalização de áreas históricas, pois a menos que os edifícios estejam vazios, ocorrerá um deslocamento populacional, porque assim que uma área é revitalizada ela passará por um processo de aumento dos valores das propriedades imobiliárias e atrairá novos usuários que podem pagar rendas mais altas, causando sérias influências no patrimônio imaterial. Com a valorização do imóvel, e o alto custo de manutenção gerado pela legislação do tombamento (que exige certas regras para a restauração e preservação), muitas vezes, o morador se sente motivado a vender seu imóvel no centro histórico e adquirir outro, mais barato e de manutenção mais simples, na periferia (ALMEIDA, pág. 120 e 121).

Para tentar quantificar o nível de bem estar da população local, idealmente, seria necessário um indicador numérico que conseguisse representar precisamente as diversas variáveis componentes desse bem estar. Em compensação, existe o IDH, que dado ser este relativamente fácil de obter e que de alguma forma representa um nível de bem estar, possibilitaria uma quantificação desse fator. E para dar um suporte maior a conclusões, fazê-lo de forma comparada a outros municípios aperfeiçoaria bastante a análise.

Para subsidiar uma comparação entre Pirenópolis e os municípios vizinhos, A **tabela 16** mostra o Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal (IFDM) de Pirenópolis, Corumbá de Goiás, Jaraguá, Abadiânia e Alexânia, estas cidades limítrofes a cidade de estudo. Esse índice utiliza metodologia similar ao do IDH, incorporando as variáveis: renda, saúde e educação; para mensurar as condições de desenvolvimento humano para municípios e cidades brasileiras, enquanto que o IDH se atém a analisar países.

Sendo Pirenópolis um município que possui um desenvolvimento considerável na exploração da atividade turística, e sendo esse um fator preponderante na diferenciação desse município frente aos municípios vizinhos, seria de se esperar que, se o turismo é capaz de promover o desenvolvimento socioeconômico de uma localidade, Pirenópolis por ter esse diferencial das cidades vizinhas, apresente um IDH superior ao das demais, tanto em termo absoluto quanto em termos de crescimento do indicador, principalmente quando analisados os últimos anos, onde houve um alavancagem no crescimento da exploração turística.

Entretanto, Pirenópolis, mesmo em frente às demais ocupar um lugar de destaque quando analisado tal índice, pois apresenta a segunda maior evolução nos 10 anos de análise (2000 a 2009) perdendo somente para Corumbá de Goiás, mas quando analisado os últimos 5 anos (2005 a 2009) é a que mais cresceu no referido índice. A tabela ainda apresenta dados referentes aos componentes do IFDM: educação, saúde e renda.

Tabela 16 – Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal

Pirenópolis				
	IFDM	Educação	Saúde	Renda
2000	0,49	0,49	0,72	0,26
2005	0,58	0,70	0,74	0,28
2006	0,59	0,70	0,75	0,31
2007	0,63	0,74	0,77	0,39
2008	0,67	0,74	0,80	0,47
2009	0,65	0,75	0,81	0,37
2009/2005 (%)	0,12	0,08	0,09	0,31
2009/2000 (%)	0,32	0,55	0,13	0,43
Corumbá de Goiás				
	IFDM	Educação	Saúde	Renda
2000	0,45	0,48	0,59	0,27
2005	0,56	0,68	0,65	0,36
2006	0,59	0,64	0,71	0,42
2007	0,60	0,69	0,75	0,35
2008	0,63	0,69	0,78	0,43
2009	0,60	0,69	0,77	0,35
2009/2005 (%)	0,08	0,03	0,19	-0,03
2009/2000 (%)	0,35	0,45	0,31	0,28
Jaraguá				
	IFDM	Educação	Saúde	Renda
2000	0,51	0,50	0,79	0,24
2005	0,69	0,78	0,80	0,49
2006	0,67	0,73	0,80	0,46
2007	0,65	0,76	0,79	0,39
2008	0,64	0,76	0,80	0,37
2009	0,64	0,80	0,81	0,30
2009/2005 (%)	-0,08	0,03	0,01	-0,38
2009/2000 (%)	0,24	0,58	0,02	0,28
Abadiânia				
	IFDM	Educação	Saúde	Renda
2000	0,52	0,47	0,71	0,38
2005	0,63	0,63	0,79	0,46
2006	0,58	0,65	0,79	0,31
2007	0,58	0,66	0,80	0,28
2008	0,59	0,72	0,79	0,28
2009	0,59	0,74	0,77	0,26
2009/2005 (%)	-0,06	0,17	-0,03	-0,44
2009/2000 (%)	0,13	0,56	0,07	-0,32
Alexânia				
	IFDM	Educação	Saúde	Renda
2000	0,54	0,46	0,69	0,47
2005	0,54	0,60	0,72	0,28
2006	0,58	0,59	0,70	0,46
2007	0,58	0,62	0,69	0,42
2008	0,56	0,65	0,72	0,32
2009	0,57	0,67	0,75	0,30
2009/2005 (%)	0,07	0,11	0,03	0,07
2009/2000 (%)	0,07	0,46	0,09	-0,36

Fonte: FIRJAN (2014)

4 Conclusão

O Turismo é uma atividade que traz oportunidade de crescimento e desenvolvimento econômico a muitos países, regiões e municípios. Gera diversos benefícios econômicos através do aumento do fluxo de renda, gerando empregos antes não existentes e refletindo efeitos multiplicadores por toda economia.

Além dos benefícios econômicos, o turismo provoca modificações sociais e culturais, através de intercâmbio de conhecimentos entre sociedades através da movimentação dos turistas. Em diversos casos, verifica-se um fortalecimento da cultura local por conta da necessidade de propiciar aos turistas experiências diferenciadas.

Mas por conta dos efeitos negativos que são inerentes à atividade turística, ele deve ser encorajado com cautela, de preferência com planejamento prévio, para que os impactos ambientais e a desorganização social provocada sejam minimizados. Deve-se evitar a dependência quase exclusiva que algumas regiões possam ter a ele uma vez que uma característica marcante é a sazonalidade e a tendência de decréscimo no longo prazo. (IGNARRA, 2003)

Pensar em desenvolver o turismo significa, primeiramente, promover diversas atividades econômicas complementares que articuladas possam, juntamente ao desenvolvimento de adequada infraestrutura, manutenção dos patrimônios históricos, culturais e do meio ambiente, promover o desenvolvimento do turismo. Para o caso brasileiro em relação à capacidade de absorção de maiores fatias da demanda turística internacional, há a necessidade fundamental de se desenvolver políticas efetivas de erradicação e diminuição brutal dos índices de criminalidades e taxas de homicídios sob o risco de todo esforço empreendido na promoção e desenvolvimento do turismo se tornar inócuo, uma vez que os níveis de criminalidade do Brasil estejam absurdamente elevadas, quando comparadas com de outros destinos turísticos possíveis para essa demanda mundial crescente.

No caso de Pirenópolis, o turismo foi crescendo e contribuindo para o desenvolvendo econômico e social do município, se aproveitando de uma história rica e de uma natureza exuberante para se firmar como um polo turístico importante

do Centro-Oeste brasileiro. Tanto o PIB municipal quanto os níveis de educação e saúde de Pirenópolis, representadas através do índice FIRJAN, tiveram um desempenho satisfatório no período analisado (2005 a 2009).

Se a avaliação do desempenho econômico do turismo se restringir aos dados econômicos quantitativos existentes, o turismo atende bem ao anseio de crescimento econômico para um curto e médio prazo. Mas se a avaliação desejada tiver que ser mais ampla e completa, as conclusões acerca da viabilidade do turismo ser uma fonte segura de desenvolvimento econômico sustentável, no curto, médio e no longo prazo, torna-se extremamente complexas e difíceis de efetivarem.

Recomenda-se, portanto, que ações que contemplem a obtenção de dados confiáveis, como por exemplo, o CADASTUR, sejam desenvolvidas e aprimoradas para possibilitar um planejamento prévio mais preciso do turismo, assim como a mitigação dos vários fatores que representam risco para a sociedade e para o desenvolvimento de longo prazo do turismo.

Assim, é imprescindível que haja atuação do setor público no que se refere à formação de banco de dados, na formulação de políticas públicas eficazes, eficientes e coordenação e fiscalização das ações privadas em atividades relacionadas a essa temática, para que se promova responsavelmente o turismo, seja em Pirenópolis ou em outra localidade.

5 Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Miriam de Lourdes. **A cidade de Pirenópolis e o impacto do tombamento**. 2006. 144 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo)- Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

BARBOSA, Luiz G. **The economics aspects of an ecotourism development at Amazonas State**. 1998. Thesis (Master Degree) - Bournemouth University, UK.

BEZERRA, Márcia Maria de Oliveira. **Estratégias de desenvolvimento do turismo: em busca de uma tipologia** In: Economia e Sociedade, Campinas, v. 15, n. 2 (27), pag. 347-374, ago. 2006.

BLAKE, Adam, ARBACHE, Jorge S. & TELES, Vladimir. **Tourism and Poverty Alleviation in Brazil**. Tourism and Travel Research Institute Working Paper, Nottingham University Business School, 2004.

CARVALHO, J.F. C. et al. (org.) **Economia monetária e financeira: teoria e política**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CASTRO, Róbison Gonçalves de. **Cenários e Planejamento Estratégico para o Turismo no Município de Pirenópolis no período 2007-2020**. Dissertação (Especialização em Turismo e Desenvolvimento Sustentável) – Centro de Excelência em Turismo - Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

CRUZ, Marcio José Vargas da, ROLIM, Cássio Frederico C. HOMSY, Guilherme Vampré (2006). **Uma Aplicação do Modelo de Dados em Painéis na Identificação dos Principais Determinantes do Turismo Internacional**. Texto para Discussão nº 1149. IPEA. Janeiro 2006.

CUNHA, Sieglinde Kindl, CUNHA, João Carlos. **Competitividade e Sustentabilidade de um Cluster de Turismo: uma Proposta de Modelo Sistêmico de Medida do Impacto do Turismo no Desenvolvimento Local**. 2005.

FERNANDES, Ivan P. e COELHO, Márcio F.; **Economia do Turismo**, Rio de Janeiro, Ed. Campus, 2002.

FIPE, **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil - 2007**. Ministério do Turismo. Relatório Executivo, principais resultados selecionados. São Paulo, Julho (2009).

FIRJAN. **Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal (IFDM)**
<http://www.firjan.org.br/ifdm/consulta-ao-indice/> consulta em 01/04/2014.

GODELDNER, Charles R.; RITCHIE, J.R. Brent; MCINTOSH, Robert W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8.ed. São Paulo: Bookman, 2002.

GONZÁLES, Pilar e MORAL, Paz. "An analysis of the international tourism demand in Spain" In: **International Journal of Forecasting** 11 (1995) 233-251.

HUNTER, C. **Sustainable tourism as an adaptative paradigm** In: Annals of Tourism Research, Elsevier Science, New York, v.24, n.4, p.850-867, 1997.

HIRATUKA, SARTI, SABBATINI. "Notas Sobre o Setor do Turismo Mundial e Brasileiro." **Boletim do Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia** – número 10 Unicamp. 2007.

IBGE. "Economia do Turismo Uma perspectiva macroeconômica 2003-2006", **Estudos e Pesquisas Informações Econômicas**, nº 12, 2009.

IBGE. Dados disponíveis em
<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=521730&search=goias|pirenopolis>

IGNARRA, Luiz. **Fundamentos do Turismo**. 2ed. São Paulo: Thomson Learning, 2003.

LAGE, Beatriz, MILONE, Paulo C.; "Impactos Socioeconômicos Globais do Turismo", In: Beatriz H.G. Lage e Paulo C. Milone (orgs) In: **Turismo: teoria e prática**. São Paulo, Ed. Atlas, 1999.

LAGE, Beatriz. H. G. e MILONE, Paulo. César. **Economia do turismo**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LIMA, Elcyon, ANDRADE, Thompson e CÉSPEDES, Brisne. "**Determinantes do Fluxo de Turistas Estrangeiros para o Brasil**" In: **Organização Industrial do Turismo**. Março, 2007. UERJ.

MICHAEL, Ewen, **Public Choice and Tourism Analysis, Current Issues in Tourism**, 2001, p. 308-333.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estatísticas básicas de turismo - Brasil**. Brasília, outubro 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Cadastur. 2014. Disponível em <http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/index.action#>

MENDONÇA, Maria Laura M. **Turismo sustentável: classes sociais e subjetividades**. In: Montoro, Tânia S. (Org.). *Cultura do Turismo: desafios e práticas socioambientais*. Brasília: Thesaurus, p. 29-54. 2003.

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Estrutura do mercado turístico**. 2.ed. São Paulo: Roca, 2001. p.103

NOGUEIRA, Jorge Madeira. **Impactos Econômicos do Turismo em Foz do Iguaçu. Indicadores**. Março 2011. Instituto NEPAMA.

OLIVEIRA, Alessandro V. M., VASSALO, Moisés Diniz. **Os Determinantes da Escolha por Tipo de Viagem e por Destinos de Viagens Turísticas no Brasil** In: *Organização Industrial do Turismo*. Março. UERJ, 2007.

OMT. **Guide for local authorities on developing sustainable tourism. A Tourism and Environment Publication**. Madrid: Organización Mundial del Turism. 1998. cap. 1, p.21. Disponível em: http://www.would-tourism.org/publications/PR_1016-1.html.

OMT, **Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre El Marco Conceptual**. Nueva York: Naciones Unidas; Madrid (2001).

OMT. **World Tourism Barometer**. Madri, v. 7, n. 2, junho 2009

OMT. **Understanding Tourism: Basic Glossary**. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008)

PEREIRA, Edgar e MARÇAL, Emerson. “Análise dos Determinantes da Oferta no Setor de Turismo” In: **Organização Industrial do Turismo**. Março, 2007. UERJ.

PEREIRA, Edgar A. e LEAL João Paulo G., **Desenvolvimento Sustentável do Turismo**. In: **Organização Industrial do Turismo**. Março, 2007. UERJ

PORTER, M. E. **Competição**. 2º ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999. cap.7, p. 209-304.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente**. 7. ed. Campinas: Papirus 2001.

SESSA, A. **Turismo e política de desenvolvimento**. Tradução Lourdes Fellini Sartor. Uniontur, Porto Alegre, BR, 1983.

SILVA, Boanerges Candido da. **Demanda turística e tecnologia em Pirenópolis, Estado de Goiás**. Dissertação de Mestrado, Curitiba, UTFPR, 2008. Disponível em: < <http://www.ppgte.ct.utfpr.edu.br/>.

STIGLITZ, Joseph. **Economics of Public Sector**. W W Norton & Company Inc New York. EUA 2000.

TAKASAGO, Milene; GUILHOTO, Joaquim J. M.; MOLLO, Maria de Lourdes R. e ANDRADE, Joaquim P., **O potencial criador de emprego e renda do turismo no Brasil**. Munich Personal RePEc Archive. 2010. Disponível em <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/30693/>

TOSUN, Cevat. “Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey” In: **Tourism management**, v. 22, p. 289-303, 2001.

UNODC. **Global Study on Homicide 2013**. United Nations publication, Sales No. 14.IV.1. Disponível em http://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/statistics/GSH2013/2014_GLOBAL_HOMICIDE_BOOK_web.pdf

VARIAN, Hal R. **Microeconomia: princípios básicos**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

WORLD BANK. **PIB per Capita**. Disponível em: www.worldbank.org , 2011